

## Meningkatkan Bisnis Pengrajin Mebel Desa Trangsan

Alfrida Aprilianti<sup>1</sup>, Arum Ambar Sari<sup>2</sup>, Fatimah Nur Cahyani<sup>3</sup>, Tiara Duta Vilani<sup>4</sup>,  
Aris Prio Agus Santoso<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Duta Bangsa Surakarta

\*Corresponding author

E-mail: nurf28424@gmail.com (Fatimah Nur Cahyani)\*

### Article History:

Received: Feb 2023

Revised: Feb 2023

Accepted: Feb 2023

**Abstract:** *Perekonomian di Indonesia mengalami banyak perubahan cukup signifikan dari tahun ke tahun, yang membuat berbagai sektor mengalami pertumbuhan ekonomi yang cenderung menurun, baik industri besar, serta UMKM atau usaha mikro kecil menengah di antaranya pengrajin mebel. Kerajinan yang terbuat dari bahan alami seperti rotan, kayu, dan bambu sendiri masih kurang permintaan pasarnya. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis sistem strategi pemasaran pada bisnis pengrajin mebel Desa Trangsan. Dengan subjek para pengrajin mebel Desa Trangsan, menggunakan metode penelitian wawancara serta metode analisis data wacana untuk melakukan penelitian. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan para pengrajin mebel kurang maksimal, maka dari itu beberapa cara untuk meningkatkan strategi pemasaran bisnis pengrajin mebel dengan memperluas target pemasaran melalui kerja sama dengan investor, melakukan promosi dan pemasaran melalui online maupun offline, meningkatkan kualitas serta terus mengembangkan inovasi..*

### Keywords:

*Bisnis, Pengrajin mebel, Desa Trangsan*

## PENDAHULUAN

Industri mebel (*furniture*) adalah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi kayu, rotan, dan bahan alam lainnya. Industri mebel merupakan industri dasar yang dalam proses industrinya menggunakan peralatan sederhana dan memerlukan banyak tenaga mebel. Pengrajin mebel merupakan orang yang membuat perabotan rumah tangga yang digunakan sebagai alat untuk mendukung tubuh manusia dalam menyimpan atau menampilkan barang, dan membagi ruang. Mebel merupakan perabotan rumah tangga yang diperlukan, berguna atau disukai seperti barang atau benda yang dapat dipindah-pindahkan dan berguna untuk melengkapi rumah, kantor, dan sebagainya.

Desa Trangsan merupakan desa yang memiliki banyak sumber daya rotan, hal

inilah yang menjadikan Desa Trangsan sebagai desa pengrajin mebel. Dengan banyaknya sumber daya rotan, masyarakat setempat memanfaatkan rotan tersebut menjadi sebuah kerajinan yang bermanfaat. Adapun produk yang biasanya banyak dibuat yaitu meja, kursi, *furniture*, serta masih banyak lainnya. Pemanfaatan dari sebuah rotan menjadi sebuah barang yang memiliki nilai yang lebih dari yang sebelumnya merupakan tujuan dari para pengrajin dari Desa Trangsan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa Desa Trangsan merupakan desa pengrajin mebel yang memiliki banyak jenis produk untuk rumah, kantor, dan sebagainya. Hal yang menarik dari penelitian ini adalah perbedaan bisnis pengrajin mebel Desa Trangsan dari sebelum pandemi Covid-19 serta setelah pandemi. Dari hal ini peneliti menyimpulkan rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah "Bagaimana Cara Meningkatkan Bisnis Pengrajin Mebel Desa Trangsan?". Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu cara kerja bisnis pengrajin mebel Desa Trangsan serta cara meningkatkan bisnis pengrajin mebel Desa Trangsan dari sebelum pandemi Covid-19 setelah pandemi Covid-19.

## **METODE**

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan desain penelitian survei. Di mana kami menggunakan pendekatan secara deskriptif, tanpa menggunakan angka melainkan menggunakan data dari wawancara secara langsung. Dalam penelitian ini kami menggunakan para pengrajin mebel Desa Trangsan sebagai subjek penelitian yang kami lakukan.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode wawancara serta pengamatan secara langsung. Metode wawancara merupakan sebuah teknik pengambilan data yang dilakukan dengan menggunakan format pertanyaan yang sudah tersusun dan akan diajukan secara langsung (lisan) kepada narasumber yang bertujuan untuk melengkapi artikel ini. Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis wacana, yang memungkinkan terjadinya interaksi antara subjek penelitian dengan peneliti.

## **HASIL**

Industri bisnis mebel di Desa Trangsan dikategorikan dua kelompok pelaku usaha, yaitu kelompok bisnis mebel skala besar dan kelompok bisnis mebel skala kecil. Untuk kelompok industri kecil masih mempunyai keterbatasan, seperti pemasaran yang belum efektif dan tenaga kerja yang terbatas.

Tujuan dari penelitian dengan metode wawancara yang telah dilakukan adalah untuk mengetahui potensi yang sudah dimiliki oleh pengrajin mebel di Desa Trangsan yang kemudian dianalisis untuk mengurangi risiko terjadinya kerugian yang didapat karena kurangnya perhatian terhadap faktor-faktor kecil yang menghambat proses produksi dan memberikan solusi yang mungkin dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha mebel. Selain itu metode wawancara juga dirasa lebih mudah untuk memungkinkan terjadinya interaksi antara subjek penelitian dengan peneliti. Data yang dihasilkan juga lebih akurat dan tepat karena langsung berhubungan dengan subjek yaitu para pengrajin mebel.



Gambar 1. Produk Bisnis mebel di Desa Trangsan

Bisnis mebel di Desa Trangsan mempunyai berbagai macam produk yang diproduksi dan ditawarkan, seperti meja dan kursi makan, kursi teras, kursi tamu, aksesoris, dan banyak produk lainnya. Dalam pembuatan mebel menggunakan berbagai macam bahan baku, seperti rotan, bambu, dan kayu (Fitria, 2019). Usaha mebel yang dijalankan ini menggunakan konsep *made by order*, yaitu mereka akan membuat produk mebel tersebut jika terdapat pesanan.

Kelemahan bisnis mebel Desa Trangsan antara lain kurang maksimalnya perencanaan efisiensi waktu, tenaga kerja terampil yang masih terbatas, modal usaha yang belum memadai, serta aktivitas promosi produk yang belum maksimal (Riskiani, 2014). Di sisi lain, bisnis mebel di Desa Trangsan memiliki banyak kekuatan, antara lain keterampilan Sumber Daya Manusia yang mumpuni, harga produk yang bersaing, kualitas mutu produk yang baik, dapat membuat produk sesuai permintaan pembeli, serta jangkauan penjualan produk yang luas (Fauzan, 2021).

Terdapat pula peluang yang dimiliki untuk meningkatkan pertumbuhan usaha bisnis mebel yang dijalankan, seperti tempat usaha yang letaknya strategis, masyarakat yang memiliki minat beli tinggi, dukungan yang didapat dari organisasi

pemerintah, dan teknologi yang membantu memudahkan proses produksi. Namun, pelaku usaha juga harus waspada akan adanya ancaman dari bisnis mebel yang digeluti, seperti contoh persaingan bisnis mebel dengan perusahaan yang besar, persaingan dengan pelaku usaha mebel lokal, sulitnya mendapat bahan utama mebel, tidak menentukannya biaya dari bahan utama, tak sehatnya persaingan harga yang ada, serta perekonomian yang kondisinya tidak stabil.

Untuk itu, berikut ini beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha mebel. Yang pertama, pelaku bisnis mebel bisa memproduksi produk anyar yang belum umum terdapat di pasaran (Budiharjo et al., 2015). Kemudian, memanfaatkan dukungan yang didapat dari pemerintah, melakukan kerja sama dengan industri lain yang sejenis, menyimpan persediaan bahan baku agar terhindar dari sulitnya mendapatkan bahan baku, serta melakukan promosi produk melalui bermacam media atau platform yang tersedia. Pengrajin mebel juga bisa melakukan pemasaran dan pendistribusian dari produk mebel ke luar negeri atau dengan kata lain tidak hanya dalam negeri saja. Cara yang dapat diterapkan dengan melakukan ekspor di negara-negara lain agar produk yang diciptakan lebih banyak dikenal orang, sehingga akan lebih besar kemungkinan bisnis mebel yang dijalankan berkembang pesat (Hufaida, 2021).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi pengambilan keputusan dalam proses menjalankan dan mengembangkan usaha mebel para pengrajin, memberikan informasi mengenai peluang dan strategi yang dapat diterapkan agar meningkatkan keuntungan bisnis mebel.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa analisis sistem strategi pemasaran bisnis pengrajin mebel kurang maksimal, maka dari itu ada beberapa strategi pemasaran yang dapat di explor lagi untuk meningkatkan daya saing barang menjadi lebih meningkat, di antaranya yaitu berupa

1. Memperluas target pasar

Dengan adanya target pasar, produsen dapat menentukan nilai harga serta lebih terorganisir.

2. Mempromosikan

Mempromosikan/pemasaran produk ini biasanya memperkenalkan kepada konsumen supaya konsumen tertarik kepada produk. Promosi/pemasaran bisa dilakukan dengan dua cara, yakni secara *online* atau

- melalui digital dan secara *offline* atau secara langsung,
3. Meningkatkan kualitas produk  
Memberikan efek yang besar pada produk atau menambah kegunaan atau manfaat yang besar dalam produk.

### **Pengakuan/Acknowledgements**

Banyak pihak yang terlibat aktif dalam terwujudnya pengabdian ini, maka penulis mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu mewujudkan proses pengabdian ini hingga akhir.

### **Daftar Referensi**

- Budiharjo, A., Wahyudi, E., & Ulum, A. R. (2015). Penerapan strategi bauran pemasaran pada mebel ud. jati indah di jember. *I, Ndah D Bisnis, Ilmu AdminiJember, Istrasi Ilmu, Fakultas Politik, Ilmue Unej, Universitas Jembr*, 1–14.
- Fauzan, N. U. R. (2021). *Studi Kasus : Ukm Rotan Desa Trangsan*.
- Fitria, F. (2019). Strategi Pemasaran Pelaku Industri Mebel dalam Menghadapi Persaingan Revolusi 4.0 pada UD Salama Mebel Karduluk di Kabupaten Sumenep. *Artikel Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wiraraja*.
- Hufaida, N. (2021). *Strategi Pemasaran Mebel Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Zaimah Mebel Pengaron Desa Guntung ....* [https://eprints.uniska-bjm.ac.id/6852/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/6852/1/ARTIKEL NUR HUFAIDA.pdf](https://eprints.uniska-bjm.ac.id/6852/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/6852/1/ARTIKEL%20NUR%20HUFAIDA.pdf)
- Riskiani, S. (2014). *Strategi Pengembangan Produk Olahan Rotan*. 2(1), 85–90.